

CURSO

INBOUND MARKETING, CONTENIDO CENTRADO EN EL HUMANO

Informes: Mireya Medina
mmedinap@centro.edu.mx
[Hablemos por Whatsapp](#)

INBOUND MARKETING, CONTENIDO CENTRADO EN EL HUMANO CURSO

Informes: Mireya Medina
mmedinap@centro.edu.mx
Hablemos por Whatsapp

¿DE QUÉ SE TRATA?

Inbound Marketing es una metodología que surgió de la evolución del marketing tradicional impulsada por la comunicación digital. Consiste en crear contenidos y experiencias que generen un impacto positivo en tus clientes y consumidores. Es decir, se trata de atraer a tu audiencia con contenido interesante y relevante que responda a sus necesidades, para después continuar la conversación a través de otros canales. Hoy las empresas crean mucho contenido, pero muy poco de éste genera leads o retornos de inversión reales porque no cubre las necesidades y problemáticas de los clientes. En este curso, los participantes aprenderán cómo crear contenido centrado en el humano y su impacto en el revenue de las estrategias de marketing. Verán cómo construir contenido desde la problemática del cliente es la clave para alcanzar realmente el llamado contenido de valor.

TEMARIO

- La labor del Marketing
- Reinención del contenido
- The Attention Economy
- Inbound marketing
- Embudo tradicional de Marketing
- Lead scoring y lead nurturing
- Forms
- Campos progresivos
- Customer journey
- Marketing, Sales & Customer Hub
- Definición de Lead Scoring y Lead Status
- Challenger methodology
- Tipos de compradores, clasificación
- Challenger
- Construcción de un Insight
- Tradicional vs Challenger
- El lado oscuro del Content marketing
- SIC Content Path
- Estrategia de contenido
- Ejes temático, Pilares de contenido y Formatos
- Estrategia de contenido + SIC Content
- SIC Content Path
- Plan editorial + SIC Content

¿QUIÉN IMPARTE?

Ana Zapién | Growth Marketing Manager en MDC. Fue Chief Marketing Officer at Gus Chat, startup especializada en desarrollar chatbots basados en inteligencia artificial. Encargada de crear el ecosistema de las estrategias y su conexión con los diferentes canales. Ha trabajado con empresas como Cisco, IBM, Microsoft, SAS, SAP, Lenovo, HP, Fortinet, VMWare e IBM. Especialista en Content Creation, Marketing B2B enfocado a tecnología, Marketing B2C, Inbound Marketing y Social Selling.